

## Escenario público y comunicación democrática

■ Washington Uranga  
Periodista y docente universitario en varias universidades de América Latina.

En el transcurso de un taller que realizamos en Santa Fe (Argentina), en el año 2005, con organizaciones sociales y comunitarias, tuvimos oportunidad de reflexionar con los/as participantes acerca de su relación con el sistema masivo de medios de comunicación. Los participantes analizaron en ese espacio una serie de informaciones que el sistema de medios ofrece sobre la marginalidad. Rescatamos de esa experiencia afirmaciones propias de la vida cotidiana de estas personas y que podemos utilizar como punto de partida para nuestra reflexión porque a nuestro juicio resultan muy significativas.

Algunas de las citas que surgen de los diálogos son las siguientes:

- “La televisión va al barrio cuando hay muertos, cuando hay tiroteos”.
- “La radio nombra a algunos barrios ‘zona roja’. Si pasa algo malo, dicen ‘detrás del terraplén’, allá cargan todo, siempre está manchado el otro lugar”.
- “La tele y la radio no cuentan lo que se hace en el barrio, lo que trabajamos todos los grupos de mujeres, lo bueno que hacemos todos los días. Con lluvia, con tormenta, igual estamos presentes. En cambio dan siempre las malas noticias, robos, asaltos, drogas”.

Por encima de las interpretaciones que nosotros podamos hacer, los participantes han expresado con toda claridad varias de las características que el sistema masivo de medios le da al tratamiento de la información sobre los pobres y su vida cotidiana. Los medios ofrecen habitualmente versiones de la realidad en las que los pobres aparecen tomados en sus aspectos más negativos, brindan estereotipos de estos actores y de sus condiciones de vida hasta el punto de estigmatizar su situación y de descalificarlos como personas y como sujetos capaces de actuar positivamente en el espacio social. De esta manera se construye también la falta de legitimidad de los pobres negándoles por esta vía la condición de ciudadanos con derecho a la participación también a través de la comunicación.

Es necesario trabajar entonces desde la realidad de los pobres, desde los pobres como actores y como ciudadanos/as con capacidad para generar otra comunicación y, sobre todo, de promover otros modos de interpretación. Para ello vale preguntarnos, así sea brevemente, sobre el sentido que hoy le estamos dando a la democracia y en ese marco a la ciudadanía.

### **Democracia, ciudadanía y espacio público**

La democracia no es un bien dado. Las sociedades no nacen naturalmente democráticas, sino que se configuran como tales a partir de un proyecto. La democracia es un proyecto en el que se necesita educar y que tiene que ser comunicado para lograr consensos y legitimidad en el conjunto de la sociedad.

La crisis política —como crisis de representación pero también como incapacidad de revisar roles del Estado y de la Sociedad Civil en el marco de un nuevo escenario de globalización neoliberal— rescató los debates e intercambios sobre ciudadanía. El concepto de ciudadanía, tantas veces reducido a la acción política hoy se reconoce como complejo, ubicándose en el plano de los derechos civiles, de la diversidad y del reconocimiento de las diferencias.

Entendiendo que la democracia es el “gobierno del pueblo”, Elena Martínez (Administradora Auxiliar y Directora Regional para América Latina

y El Caribe del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo - PNUD) sostiene que:

*gobierno del pueblo significa (...) un Estado de ciudadanos y ciudadanas plenos. Una forma, sí, de elegir a las autoridades, pero además una forma de organización que garantice los derechos de todos: los derechos civiles (garantías contra la opresión), los derechos políticos (ser parte de las decisiones públicas o colectivas) y los derechos sociales (acceso al bienestar).*

En los llamados “países centrales”, es decir, aquellos que reúnen condiciones de calidad de vida de acuerdo al estándar de los que hoy toman las decisiones en el mundo globalizado, se parte de la base de que una gran mayoría de los ciudadanos han obtenido un nivel básico de derechos y capacidades. En consecuencia, de lo que se trata es de regular la asignación de los bienes sociales sobre la base de criterios de equidad y de libertad.

En cambio entre nosotros, que somos parte de los “países periféricos”, el debate central pasa por otro lado: cómo se hace para que todos los ciudadanos/as gocen de aquellos derechos considerados básicos. Incluso, en algunos casos, la discusión se extiende hasta el punto de poner en tela de juicio si existe un derecho (o derechos) universal (universales) o si, más bien, se trata de alcanzar equidad, una suerte de igualación básica, en función de las condiciones materiales de cada una de las sociedades. El Estado sería, en este caso, el responsable de garantizar esa igualación básica, asegurando las condiciones mínimas para que cada ciudadano y ciudadana cuente con la posibilidad cierta de ejercer opciones responsables y libres respecto de su propia vida y de su inserción en la sociedad.

En todo caso, de lo que se trata aquí es de señalar que ciudadanía no puede reducirse a una mirada que contemple solamente los derechos políticos. Lo que se está discutiendo no es un modo de participación en el poder, en los gobiernos. Estamos hablando de derechos que tienen que ver con las privaciones y las necesidades de los latinoamericanos/as. Y de ninguna manera se puede admitir que cuando así lo señalamos hacemos referencia a sufrimientos individuales, aislados. En América Latina, la pobreza y la exclusión son problemas de mayorías, se trata de cuestiones

sociales, que necesitan de tratamiento como tales, en términos de responsabilidades sociales y colectivas.

Discutir la ciudadanía hoy en América Latina, es plantearse qué tipo de organización social y política queremos, qué tipo de democracia, para garantizar la totalidad de los derechos humanos básicos. El riesgo, entonces, consiste en mirar la construcción ciudadana como algo restringido o limitado a los derechos políticos o a la cuestión del poder político. La crisis del final de los noventa no es, de ninguna manera, una crisis que se desata meramente por incapacidad de los dirigentes políticos, por su corrupción o ineptitud. Es el resultado del atropello a todos los derechos, en particular a los derechos sociales, en algunos casos hasta el punto de su abolición.

Necesitamos pensar la democracia en términos más participativos que complementen lo representativo. Para ello es muy importante entender el espacio público como lugar de información, de intercambio, de diálogo y de producción de sentidos. El espacio público y la disputa de sentidos es un ámbito fundamental de la lucha por el poder.

### **La comunicación es esencial a la democracia**

Comprendemos “la comunicación como un momento constitutivo de la producción cultural, en cuanto los procesos comunicativos (sistemáticos o no) al hacer circular, competir y colectivizar sentidos, concepciones y significaciones, contribuyen a transformar los conocimientos, las actitudes y los valores frente a la vida. Se entiende aquí lo cultural como el conjunto de procesos de producción colectiva de sentido, de significaciones y concepciones representadas en formas simbólicas, con las cuales los hombres y las mujeres comunican, perpetúan y desarrollan (transforman) su conocimiento, sus actitudes y valores frente a la vida en todas sus esferas”.

Cuando hablamos de comunicación lo hacemos sin restringirla a los medios, porque estos (masivos, comunitarios o locales) dependen de las circunstancias y de las condiciones materiales en las que se genera el proceso comunicativo. Lo importante es tener en cuenta que los diferentes actores se constituyen y se afirman como tales en el diálogo público que

se produce en el espacio también público. La comunicación así entendida, es un proceso de autoafirmación y de búsqueda de reconocimientos, generando interlocución entre actores que buscan un pie de igualdad. Es en el espacio público y a través de la comunicación de sus sentimientos, intereses y opiniones que los actores se integran, participan de la construcción del proyecto y se enriquecen en el intercambio.

Entendemos la comunicación como producción e intercambio simbólico y producción de sentidos. Estos procesos comunicativos se realizan en torno a la comunicación de un determinado proyecto que aspira a generar el sentido común de los ciudadanos/as y este intercambio se convierte por sí mismo en un proceso comunicativo.

La comunicación permite la apropiación de los saberes sociales. Los actores sociales, los pobres, saben más de lo que nosotros le reconocemos y muchas veces más de lo que ellos mismos admiten saber. La práctica histórica de los actores permite que estos saberes, habilidades y prácticas, dejen emerger valores, modos de comportamiento y hasta normas que constituyen el proyecto social de una comunidad.

De allí la importancia de recuperar la memoria de las comunidades, como fuente del proyecto de sociedad y como síntesis de los saberes que han sido acumulados históricamente. Nuestra cultura latinoamericana está basada fuertemente en la tradición oral. Sin embargo, el avance tecnológico de la comunicación ha permitido también otros registros (sonoros, audiovisuales, magnéticos, etc.) que sirven para la apropiación colectiva de los saberes, convirtiéndolos en herramientas y recursos para el conjunto de los actores sociales y como forma de educar en el proyecto social y ciudadano.

Las tres dimensiones de los derechos (civiles, políticos y sociales) están atravesadas cada una de ellas de manera distinta por la comunicación.

Sostiene Amartya Sen:

*Aún en la idea de necesidades, incluyendo el entendimiento de necesidades económicas, requiere información pública e intercambio de información, visión y análisis. (...) Los derechos políticos, incluyendo la libertad de expresión y discusión, no son sólo fundamentales en inducir*

*respuestas sociales a necesidades económicas, ellos lo son para la conceptualización de las necesidades económicas en sí mismas.*

La democracia necesita de la información y de la comunicación para cumplir con sus objetivos. La información y la comunicación requieren hoy de la vigencia de valores y formas democráticas para poder realizarse como un derecho básico y fundamental para todos los ciudadanos.

No hay democracia sin comunicación democrática. Y a la inversa: no hay comunicación democrática sino en el marco de la democracia. Ambas se necesitan mutuamente y se construyen de manera conjunta en el quehacer de los pueblos y de las culturas.

Si partimos de la base de que la democracia es un sistema basado en la construcción colectiva de sentidos, donde cada uno de los actores pone en juego sus intereses y que todos aspiran a que ello ocurra en pie de igualdad, la comunicación democrática es la garantía esencial para que los excluidos puedan hacer oír su voz, su disenso, expresarse, exponer sus puntos de vista y construir sentidos comunes como actores protagónicos en el espacio público.

Sin embargo, uno de los errores más comunes consiste en confundir comunicación democrática con simetría. Todos y todas, individuos y actores sociales, somos diferentes y afianzamos nuestra identidad desde la diferencia. El principio de alteridad se apoya en el reconocimiento del otro y de la otra como esencialmente diferente y valora la diferencia como base del enriquecimiento mutuo. La identidad se apoya en la diferencia.

La comunicación es democrática cuando los distintos actores generan mensajes y producen sentido desde su identidad. Esto hace que la comunicación sea siempre asimétrica, tanto por el lugar distinto que cada uno de los actores ocupa en el proceso, por las condiciones materiales de producción, como por las particularidades propias de cada uno de los actores.

En la sociedad democrática el reconocimiento del otro/a como totalmente otro y distinto, resulta básico y fundamental. Lo normal es que seamos diferentes, no que seamos iguales. Yo me enriquezco con la diferencia del otro y el otro con la mía. La alteridad es esencial a la comunicación en la sociedad.

Una verdadera comunicación democrática se apoya:

- en la posibilidad de acceso de todos los ciudadanos y ciudadanas a oportunidades de comunicación en los medios públicos; y
- en el acceso irrestricto de todos los ciudadanos a la información pública, para que esta pueda ser usada como insumo para incidir en las decisiones político-culturales.

Este último elemento es uno de los menos desarrollados. Es importante que los ciudadanos/as, en particular los pobres, tengan acceso a la información pública (a las leyes, a las normas, a los decretos, a las resoluciones, a los programas sociales y sus reglamentaciones, etc.) porque en ello va también la posibilidad de acceder a sus derechos y hacerlos efectivos.

Muchos pobres de nuestros países latinoamericanos podrían estar hoy beneficiándose de programas o propuestas gubernamentales o privadas destinadas a mejorar su calidad de vida y sencillamente no lo pueden hacer porque no conocen estas posibilidades, porque nunca se les ha facilitado la forma de acceder a esa información o porque, directamente, se les obstaculiza el acceso a la misma. Y esto no sólo por parte del Estado, sino también por cuenta de muchos y muchas que se llaman a sí mismos “dirigentes sociales” y que utilizan arbitrariamente la información para seguir ejerciendo poder y usar de todo lo que saben en función de sus propios beneficios.

### **Lo público y la información como bien público**

El ámbito de actuación de los ciudadanos es lo público entendido como aquello que conviene a todos, que es para la dignidad de todos y todas, pero que al mismo tiempo está hecho y concebido para la vida más digna y la mejor calidad de vida de los ciudadanos/as. La justicia, la educación, pero también los servicios esenciales (el agua, la electricidad, el transporte colectivo, etc.) son bienes públicos por excelencia. Que una parte de la población esté excluida de estos bienes es injusticia e inequidad, porque implica la marginación de una parte de la ciudadanía de los derechos fundamentales que deben ser garantizados por el conjunto.

Lo público no es lo estatal, aunque en determinados momentos ambos términos se hayan equiparado a partir de una concepción de “Estado benefactor” que ocupaba todo el espacio de lo público. No puede reducirse la idea de lo público a aquello que está financiado o pagado con el presupuesto del Estado.

Hoy lo público tiene que ser entendido necesariamente como aquello que les corresponde a todos y está promovido por distintos actores en función de la construcción colectiva y asociada que apunta al bienestar del conjunto. Podemos decir, a modo de ejemplo, que la educación es siempre un servicio público, sin importar quién sea el agente que la lleve adelante. La educación que se brinda en un colegio barrial o parroquial es pública en el sentido que estamos hablando, aunque esté en manos de la gestión privada de una organización, de una institución o de la Iglesia. Es el carácter público de la educación el que habilita y compromete a todos los actores sociales implicados en el tema, y no sólo a aquellos que participan directamente de este espacio, a dictar normas y reglamentos que ordenen, en función del bien común, ese servicio educativo.

De la misma manera vale señalar que cuando los bienes y servicios públicos se organizan en función de los intereses y los puntos de vista de un determinado grupo o sector o cuando las decisiones sobre el acceso y uso de estos bienes contradicen o se generan por motivos diferentes al bien común, ese bien público se transforma en excluyente y, por lo tanto, en injusto e inequitativo.

Se puede decir que cuando el servicio público de educación brindado por el Estado no alcanza los niveles de calidad requeridos para el bien de todos y todas los que participan se está utilizando un criterio que margina y excluye. Pero lo mismo ocurre cuando el servicio educativo de gestión privada se brinda desde el mero interés económico de personas o instituciones. Hay en esto una apropiación de lo público para beneficio privado y eso es, en sí mismo, un acto de corrupción.

El sistema de medios de comunicación es también un servicio público. Porque está necesariamente orientado al bien común y porque es un escenario donde no sólo se informa sino por el cual transitan ideas e interpretaciones, modos de entender que generan legitimidades y exclu-



siones, aportando o dificultando a la propia gobernabilidad social. En la sociedad moderna es también un espacio privilegiado donde se tejen las interrelaciones entre las personas, entre los sujetos.

“La humanidad es el universo de las interrelaciones” dice Juvenal Arduini;

*La interacción se realiza entre personas, entre los grupos, entre las naciones. La humanidad no puede fragmentarse en el aislamiento. Personas y países no pueden aislarse. Es necesario buscar la interrelación legítima y fecunda, y rechazar el intercambio entre dominadores y dominados que fortalece al poderoso y subordina al débil. La interrelación auténtica exige que haya autonomía entre los iguales. En el intercambio justo, el ser humano se afirma en su autonomía y acata la autonomía del otro. Cuando la autonomía de un grupo destruye la autonomía del otro, la relación deja de ser sana para ser patológica.*

Quienes advierten que “la tele y la radio no cuentan lo que se hace en el barrio, lo que trabajamos todos los grupos de mujeres, lo bueno que hacemos todos los días” y que “en cambio dan siempre las malas noticias, robos, asaltos, drogas” no están hablando solamente de información, sino que están señalando que a través de la agenda informativa los medios confieren valor a unos hechos, descartan otros y generan categorías interpretativas. En tal sentido, podría decirse que los medios no sólo participan de forma central en la construcción de la agenda “temática” —sobre las cuestiones que deberían ser socialmente relevantes— sino también que actúan en la definición de una agenda “atributiva”, es decir, las cualidades o los atributos con los que van a ser caracterizados socialmente los propios temas o los actores que participan en el debate público.

Tal como afirmamos antes, los medios de comunicación son escenarios en los cuales no sólo se informa sino que se representa lo social, lo que acontece en la vida cotidiana, y en los que se ponen a circular puntos de vista, formas de entender y de interpretar lo ocurre. La selección de los temas de agenda pero también de los actores-intérpretes de esos temas y los modos como el medio los presenta constituyen una forma de producir anteojos de un determinado color para mirar lo que pasa, de generar códigos para interpretar, de vocabularios que le dan sentido a lo que se dice.

Cuando informan los medios proponen caminos de lectura y promueven modos de entender los acontecimientos que nos rodean. No es casual entonces que los barrios estén “detrás del terraplén” o sean denominados como “zona roja”. Esta es una manera de organizar la interpretación y de situar a los pobres en la marginalidad del escenario común. ¿Qué puede venir de bueno de lo marginal, de lo que está en la “zona roja” o “detrás del terraplén”?

El espacio público, construido principalmente por el sistema de medios a través de la información y el entretenimiento, es un lugar de información, de intercambio, de diálogo y de producción de sentidos. Es a la vez un lugar de disputa de sentidos, de interpretaciones y por lo tanto un ámbito fundamental de la lucha por el poder. Discutir acerca de si un dirigente social es un “vago que no quiere trabajar” o un “delincuente en potencia” o “un pobre que quiere acceder a un trabajo digno” constituye parte de la lucha simbólica, parte de la lucha por el poder en la sociedad.

### **Exclusión y comunicación**

Vivimos en una sociedad atravesada por la sensación de superinformación y la oferta permanente y agresiva de programas de todo tipo, apoyados en un gran desarrollo tecnológico de los sistemas de la comunicación y en una maquinaria económica que sostiene la idea de que a más productos comunicacionales (desde noticieros a telenovelas y programas de entretenimiento) mejor negocio y resultados económicos para quienes han invertido en un campo que, a simple vista, es altamente rentable. Pero ¿equivale esta invasión de mensajes a información más genuina y más veraz? ¿Sirve para generar mensajes y productos que representen al conjunto de la sociedad en toda su diversidad y pluralidad? La respuesta es decididamente no.

Existe además una confusión bastante común entre información y comunicación. Cuando hablamos de comunicación nos estamos refiriendo a un concepto más amplio y abarcativo que contiene también al de información. De manera sencilla podríamos decir que la idea de comunicación está relacionada con el intercambio de mensajes entre diferentes sujetos, personas que participan de un proceso que es necesariamente colectivo, donde todos y todas emiten y al mismo tiempo reciben (reciben) los

mensajes. La información, en este marco, es un camino sólo de ida, donde alguien produce un mensaje con la intención de que otros, el público, lo reciban pero sin interesarse por la respuesta que los destinatarios puedan dar a partir de lo recibido.

La construcción ciudadana y democrática en la sociedad actual nos exige tomar en cuenta las características del escenario en el que estamos viviendo. La comunicación no puede entenderse aislada de la realidad histórica porque está atravesada por esa misma realidad y, a la vez, la atraviesa.

De tal manera que no podemos pensar la relación entre ciudadanía, democracia y comunicación en abstracto. Es preciso reflexionar sobre el concepto en el escenario de una América Latina donde la exclusión (social, política, económica y cultural) es la característica más fuerte y determinante. Es un escenario que, al dato anterior, suma la dificultad para reconocer la diversidad y la pluralidad como un componente esencial en sociedades que se autodefinen democráticas pero en las que existen fuertes rasgos autoritarios y donde los niveles de participación están altamente restringidos.

El derecho a la comunicación puede entenderse como aquella potestad de todos los ciudadanos para expresarse en igualdad de oportunidades y en equidad de condiciones. Esto quiere decir que cada uno y cada una, incluye entre sus derechos humanos fundamentales el de comunicarse, entrar en relación y entablar diálogos productivos, con otros y con otras.

Sin embargo, este no puede ser un derecho simplemente declamado. Para que sea efectivo tiene que apoyarse en condiciones materiales que lo garanticen. ¿Se puede proclamar y poner en práctica efectiva el derecho a la comunicación mientras gran parte de los latinoamericanos siguen viviendo en condiciones que los ubican por debajo de la línea de pobreza? ¿Se puede hablar de derecho a la comunicación cuando la propiedad de los medios de comunicación en el mundo está concentrada en pocos grupos económicos transnacionales? ¿Se puede hablar de derecho a la comunicación frente a la evidente exclusión de la agenda pública que soportan los pobres y los pueblos originarios de nuestras tierras, para dar sólo dos ejemplos?

No podría decirse, sin embargo, que hay que modificar primero las condiciones sociales para avanzar en la implementación del derecho a la comunicación. Derecho a la comunicación y derechos ciudadanos, en una sociedad democrática, tienen que avanzar de la mano, generando condiciones mutuas. No hay sociedades democráticas sin comunicación democrática y viceversa. Trabajar por el efectivo derecho de todos y todas a expresarse, por el derecho de los pobres a informarse y a comunicarse desde la diversidad de miradas y pluralidad de perspectivas es, de por sí, aportar a la construcción de una sociedad donde tengan vigencia los derechos ciudadanos. Pero no menos cierto es que la construcción de una sociedad inclusiva, sin condicionamientos, requiere también de un efectivo derecho a la comunicación.

Vale aquí hacer una precisión. El derecho a la comunicación no se limita, de ninguna manera, a la comunicación masiva o tecnológicamente mediada. La comunicación interpersonal, aquella que se construye en el cara a cara de la vida cotidiana es parte esencial del mismo derecho. La vida cotidiana es lugar de comunicación y es la base de las relaciones ciudadanas. Esto, con la salvedad de que existen también ciertas propuestas de comunicación comunitaria que se restringen a lo interpersonal porque consideran que esa es la única estrategia posible debido al extremo proceso de marginalización en que se encuentran muchas comunidades.

Pero por otra parte es necesario comprender además que la construcción del derecho a la comunicación de los pobres pasa también por el diseño de estrategias comunicativas que generen relación y articulación entre actores sociales en la búsqueda de consensos y en la aceptación de los disensos creativos y productivos.

### **“Comunicación para la movilización social”: iniciativa OCLACC**

En este marco se ubica la iniciativa OCLACC que hemos denominado “Comunicación para la movilización social”. Comunicación, ciudadanía y democracia van de la mano. No existe una sin la otra, porque son categorías y prácticas complementarias. La comunicación puede entenderse también como una estrategia para la movilización social y la construcción ciudadana.

Las nuevas tecnologías han abierto recientemente enormes posibilidades en términos de intercambios culturales horizontales, que tanto individuos como comunidades pueden establecer a nivel nacional pero también alrededor del mundo. Sin embargo es necesario entender que los medios, las tecnologías de la comunicación, no son más que una herramienta y sólo eso. Estas tecnologías pueden ayudar al proceso de comunicación pero el ejercicio del derecho como tal depende de los sujetos, de las personas que lo protagonizan.

El derecho a la comunicación sólo se puede entender y puede ser ejercido efectivamente en el marco de cada cultura, partiendo de sus valores y de sus modos de entender y de entenderse, de la manera cómo las personas se constituyen en ese espacio.

Construir ciudadanía supone generar, desde el ámbito específico, las condiciones para garantizar la inclusión y la participación de todos los actores en el escenario social. Es una tarea cultural pero inevitablemente política y asociada a la idea de cambio, motorizada por los sueños y las utopías de los sujetos que la llevan adelante y cuyos éxitos no se miden exclusivamente por las metas alcanzadas sino por los procesos a través de los cuales las personas, los pobres, los ciudadanos y ciudadanas, adquieren mayores capacidades y posibilidades para comunicar y comunicarse.

La comunicación se hace democrática en la posibilidad de acceso al espacio público, en la diversidad y pluralidad de los mensajes que en ella circulan y en las condiciones que existen para, en el intercambio y en el diálogo, ir generando sentidos comunes que den base al proyecto democrático. Ciertamente que este es un proceso de comunicación que va acompañado de la “movilización social” en el sentido que lo plantea José Bernardo Toro.

El proyecto de “Comunicación para la movilización social” pretender trabajar:

- por la inclusión de todas y diferentes voces en el diálogo público generado en el espacio público;
- por las condiciones de acceso de todos los actores a la información;

- por las condiciones de producción de mensajes de todos los actores, en particular de los excluidos;
- por el debate y la construcción de la agenda;
- para que la comunicación se constituya en herramienta de construcción de poder alternativo para los sectores populares latinoamericanos apoyando procesos de movilización social y construcción ciudadana.

Está comprobado que la comunicación generada por los actores populares y las organizaciones de base, tanto a través de medios propios como de canales masivos de alcance público, produce efectos sociales. ¿Cuál es la principal fuente para la producción de mensajes de las organizaciones de base? La vida cotidiana de las mismas organizaciones y comunidades populares y de base. Allí es donde se produce y genera sentido y desde allí donde emergen los elementos más importantes para la comunicación.

Debemos partir entonces de las experiencias existentes, de los saberes acumulados, de la vida cotidiana de los grupos y de las comunidades. Pero estas experiencias y esta cotidianeidad tienen que ser trabajada pensando en la interlocución con otros sectores, hacerse comprensible y comunicable para producir mensajes válidos para la sociedad. Y para que el intercambio con los otros, permita generar y desarrollar nuevas estrategias de acción.

### **Estrategias para el desarrollo y la movilización social**

La comunicación se constituye en herramienta para el desarrollo en cuanto permite formas y medios de establecer relaciones entre los sujetos y los actores sociales. De estas relaciones surgen también estrategias como manifestación de la voluntad político cultural de los actores.

Estas manifestaciones de voluntad político cultural se traducen en estrategias de comunicación que pueden sintetizarse en las siguientes:

- ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN Y ESTABLECIMIENTO DE AGENDAS comunicacionales, que buscan introducir en el debate del espacio público aquellos temas que son marginados por diferentes intereses políticos, económicos, culturales y/o religiosos. Estos temas muchas veces

están presentes en el quehacer de los grupos, de las comunidades o de las organizaciones sociales y populares. Esta es una tarea que se hace con los propios actores locales y de base, utilizando sus propios medios y recursos de comunicación, pero buscando acceder también al sistema masivo de comunicación a través del diseño de tácticas y procedimientos adaptados a cada realidad y actuando de manera articulada en el nivel local, nacional y regional. Demanda tener en cuenta las rutinas de los productores y periodistas, acostumbrados a manejarse con agendas temáticas predeterminadas que ofrecen poca variedad y escasos riesgos. Media aquí una labor de capacitación de los periodistas y productores de medios.

- **ESTRATEGIAS DE DIVERSIDAD COMUNICACIONAL**, destinadas a generar espacios de libre manifestación de todas las voces diferentes que están presentes en la sociedad. Esto se refiere a ámbitos, a medios, espacios culturales, académicos, religiosos, económicos, etc. Estas estrategias exigen tener particularmente en cuenta que existen sectores y grupos que están habitualmente marginados del diálogo comunicacional (los pobres, las mujeres, ciertas comunidades y grupos étnicos, lo que en términos generales podemos llamar excluidos más allá de los motivos o las razones). Es necesario tomar en cuenta que estos actores muchas veces carecen de capacidades y hábitos para generar sus propios mensajes. Se necesita trabajar en procesos educativos en este sentido.
- **ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN CULTURAL**, partiendo de los modos de relacionamiento y de producción de sentido y de bienes culturales de cada grupo y comunidad trabajando los modos propios de emisión y las percepciones de los distintos actores. Esto se refiere a la valoración de las producciones culturales y de mensajes propias de cada grupo y a las formas de difusión de las mismas, así como el rescate de las memorias y saberes populares.
- **ESTRATEGIAS DE PRODUCCIÓN DE BIENES Y PRODUCTOS** comunicacionales, generando materiales culturales reconocibles por los diferentes interlocutores, que sean validados y, si es posible, realizados por ellos mismos, que ofrezcan alternativas para reflexionar y actuar en torno a los problemas de la vida cotidiana y el desarrollo. Implica también

la intervención en espacios y productos comunicacionales existentes (ferias, eventos, acontecimientos, etc.) buscando incidir en el desarrollo de esos acontecimientos.

- **ESTRATEGIAS DE COMUNICABILIDAD**, que involucren, comprometan y capaciten a los autores de los materiales que se produzcan. No sólo se trata de “transmisión” de experiencias sino también y fundamentalmente del intercambio entre lo existente para enriquecer a cada una de las iniciativas incorporadas.
- **ESTRATEGIAS DE EDUCACIÓN/COMUNICACIÓN**, que trabajen sobre la mediación pedagógica y la comunicabilidad para llevar los aportes científicos y tecnológicos válidos para las necesidades de la comunidad.
- **ESTRATEGIAS DE IDENTIFICACIÓN DE MEDIOS** y uso de canales alternativos, buscando generar los medios propios y adecuados para cada uno de los actores y mayores posibilidades de penetración en el sistema masivo.
- **ESTRATEGIAS DE INCIDENCIA EN POLÍTICAS PÚBLICAS** con el propósito de intervenir en el diseño y la ejecución de las acciones y programas desarrollados por organismos estatales, internacionales y organizaciones de la sociedad civil.
- **ESTRATEGIAS DE BANCOS DE INFORMACIÓN**, que permitan la recuperación, almacenamiento y utilización de la información por parte de los actores normalmente excluidos de los circuitos infocomunicacionales.
- **ESTRATEGIAS DE ALIANZAS**, que apunten a incluir todos los actores y todas las voces para que cada uno de ellos se exprese desde su realidad y su contexto particular. La legitimidad de las opiniones diversas se logra en el marco del debate y el consenso. Es una manera político comunicacional de darle fortaleza a las demás estrategias sumando actores detrás de un objetivo común y en el marco de un proceso de construcción colectiva.
- **ESTRATEGIAS DE UTILIZACIÓN DE LOS MEDIOS** para el reconocimiento y defensa de derechos contribuyendo a hacer públicas las reivindicaciones de derechos de diferentes sectores sociales y generando estrategias de promoción de esos derechos.



Estas son las estrategias básicas sobre las que se asienta la Iniciativa OCLACC: “Comunicación para la movilización social”. Desarrollar estas estrategias, partiendo de las experiencias locales, valorando sus signos portadores de futuro, asumiendo sus propias representaciones del futuro y ponernos en red para alcanzar objetivos comunes es lo que, sostenemos, nos permitirá ir consolidando acciones que abran a la posibilidad de incidencia en el espacio latinoamericano y caribeño. Buscamos tener presencia en la historia y en los procesos sociales, culturales y políticos de nuestros países y de nuestra región, en la construcción de conocimiento científico y académico y en la acción política desde una perspectiva comunicacional.

Todo ello exige una tarea de construcción en común, de procesos compartidos y de miradas consensuadas, desde la diferencia pero tratando de identificar espacios comunes que habiliten a la construcción con sentido estratégico y a partir de la elaboración compartida de escenarios de futuro.

El futuro está por construir. Depende de nuestra voluntad, de nuestra libertad y de la capacidad que tengamos de ejercer el poder de incidir sobre los acontecimientos. Para ello es necesario desarrollar lo público como escenario del debate, de la construcción política y espacio donde desplegar estrategias comunicacionales para la incidencia.

## Bibliografía

- Alfaro, Rosa María. “Repensar la política y la comunicación. Trances y apremios para construir ciudadanía”. En: WACC-ALC, *Construyendo ciudadanía, equidad y paz*. WACC, Lima, 1999.
- Alfaro, Rosa María. *Culturas populares y comunicación participativa: en la ruta de las redefiniciones*. A.C. Calandria, Lima, s/f.
- Armas Castañeda, Segundo. *Imaginándonos el futuro. La comunicación como estrategia para el desarrollo*. ILLA Centro de Educación y Comunicación. Lima, 1995.
- Cortés, Carlos Eduardo. “La comunicación al ritmo del péndulo. Medio siglo en busca del desarrollo”. Mimeo, Bogotá-Quito, 1997.
- Gabiña, Juanjo. *Prospectiva y planificación territorial*. Alfaomega-Marcombo, Bogotá, 1999.
- Gumucio-Dragón, Alfonso. “El nuevo comunicador”, mimeo, s/f.
- Massoni, Sandra. *La multidimensionalidad de lo real y el abordaje para el desarrollo sostenible*. INTA, 2003.
- Mata, María Cristina. “Comunicación, ciudadanía y poder: pistas para pensar su articulación”, en: <http://www.comminit.com/la/>.
- Mata, María C. *Nociones para pensar la comunicación y la cultura masiva*, CCE, La Crujía, Buenos Aires, 1994.
- Mata, María Cristina. *Diagnosticar también es pensar la comunicación*, CCE, La Crujía, Buenos Aires, 1994.
- Martín-Barbero, Jesús. *El oficio del cartógrafo*, Edit. Fondo de Cultura Económica, Santiago de Chile, 2002.
- Martín-Barbero, Jesús. “De los medios a las prácticas”, en: OROZCO GOMEZ, Guillermo (coordinador), *La comunicación desde las prácticas sociales. Reflexiones en torno a su investigación*. Univ. Iberoamericana, México, 1990.
- Martín-Barbero, Jesús. “Transformaciones comunicativas y tecnológicas de lo público”, mimeo, s/f.
- Matus, Carlos. *Política, planificación y gobierno*. ILPES, Caracas, 1987.
- Merello, Agustín. *Prospectiva. Teoría y práctica*. Editorial Guadalupe. Buenos Aires. 1973.
- Miklos, Tomás y Tello, María Elena. *Planeación prospectiva. Una estrategia para el diseño del futuro*. Noriega Limusa, México, 1991.

- Miklos, Tomás y Tello, María Elena. *Planeación interactiva*. Noriega Limusa, México, 2000.
- Middleton, John. “Imágenes y acción. Teoría en y de planificación de la comunicación”, en: MIDDLETON, John (comp.). *Enfoques sobre la planificación de la comunicación*, CIESPAL-UNESCO, Quito, 1981.
- Mojica, Francisco. *La construcción del futuro*. CAB-Universidad Externado de Colombia, Santafé de Bogotá, 2005.
- Prieto C., Daniel. *Diagnóstico de comunicación*, CIESPAL, Quito, 1990.
- Redin, M., Morroni, F. “Aportes metodológico para la ampliación democrática de la toma de decisiones y la participación social en la gestión socio urbana”, mimeo, s/f.
- Uranga, Washington y Guerrini, Lucía. “La comunicación como estrategia para el desarrollo”, en: AAVV, *Desarrollo local*, Jefatura de Gabinete de Ministros, Buenos Aires, 2002.
- Uranga, Washington. “Una propuesta académica con la mirada puesta en la prácticas sociales”, en: PLANGESCO, *Maestría en Planificación y Gestión de Procesos Comunicacionales, Documento curricular y plan de estudios*. FPyCS-UNLP, La Plata, 2001
- Uranga, Washington. “Gestionar desde la comunicación, gestionar procesos comunicacionales”, en: Revista *Oficios Terrestres*, Facultad de Periodismo y Comunicación Social UNLP, La Plata, Año VII, No. 9-10, 2001.
- Uranga, Washington. “Reflexiones sobre los nuevos roles y responsabilidades del comunicador social”, en: Revista Ciencia y Cultura, Univ. Católica Boliviana, junio 1999.
- Uranga, Washington. “Ciudadanía y espacio público: el derecho de los pobres a la información y a la comunicación”. Ponencia presentada en las Jornadas de Derecho de los Pobres a la Información y a la Comunicación. Santa Fe, 2005.
- Vizer, Eduardo. *La trama (in)visible de la vida social. Comunicación, sentido y realidad*. La Crujía Ediciones. Buenos Aires, 2003.
- Waisbord, Silvio. “Árbol genealógico de teorías, metodologías y estrategias en la comunicación para el desarrollo”. Fundación Rockefeller, mimeo, s/f.
- Toro, José B. “El ciudadano y su papel en la construcción de lo social”, mimeo, Bogotá, 2001,
- Toro, José B. y Rodríguez, G., Martha C. *La comunicación y la movilización social en la construcción de bienes públicos*. BID, Bogotá, 2001.
- Toro, José B. “La construcción de lo público desde la sociedad civil”, mimeo, Bogotá, s/f.